

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kawasan Bogor PT. Mandiri Jaya Fashion di daerah Caringin kecamatan caringin kabupaten Bogor. Pemilik usaha memberikan izin secara sengaja untuk melakukan penelitian ini. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret – Agustus 2024.

Tabel 3. 1. Jadwal Pelaksanaan

| No | Kegiatan | Maret 2023 | | | | Apr-23 | | | | Mei 2023 | | | | Juni 2023 | | | | Juli 2023 | | | | Agustus 2023 | | | |
|----|--------------------------------|------------|---|---|---|--------|---|---|---|----------|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|--------------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Observasi awal | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Pengajuan izin penelitian | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Persiapan Instrumen penelitian | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Pengumpulan data | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | ■ | | | | | | | | | | | |
| 5 | Pengolahan data | | | | | | | | ■ | | | | | | ■ | | | | | | | | | | |
| 6 | Analisis dan observasi | | | | | | | | | ■ | | | | | | ■ | | | | | | | | | |
| 7 | Penulisan laporan | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | |
| 8 | Seminar hasil penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ |

Sumber : Penelitian 2024

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Secara harfiah penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk mendeskripsikan situasi atau kejadian dari akumulasi data dasar dalam cara deskriptif (Suryabrata, 2014: 76). Menurut Creswell, (2014:32) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna individu atau kelompok yang berkaitan dengan masalah sosial atau manusia.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, serta instrumen. Pengumpulan data adalah alat bantu yang digunakan dalam kegiatan mengumpulkan data agar kegiatan penelitian ini menjadi sistematis dan lebih mudah.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini, dilakukan dengan cara berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan dan pencatatan setiap kejadian yang terjadi melalui lembar observasi. Teknik ini melibatkan pengamatan langsung terhadap berbagai objek, kondisi, situasi, atau perilaku.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2016:194) menyatakan bahwa “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, serta juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam”

3. Dokumen

Menurut sugiyono (2016:329) Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu, studi dokumen adalah pelengkap dari penggunaan metode observasi serta wawancara dari penelitian kualitatif. Sehingga pada penelitian ini peneliti berusaha mengumpulkan dokumen yang di dapatkan di lapangan. Data yang diperoleh seperti foto dokumentasi dari konveksi Bogor PT. Mandiri Jaya Fashion dan juga laporan keuangan untuk melihat nilai penjualan konveksi Bogor PT. Mandiri Jaya Fashion.

3.4 Finansial

3.4.1 Aspek Keuangan

Investasi yang dilakukan dalam berbagai usaha tentu memerlukan sejumlah modal. Untuk memenuhi kebutuhan investasi, modal dapat dicari dari berbagai sumber dana yang ada. Untuk menilai apakah investasi ini layak atau tidak dijalankan dilihat dari aspek keuangan. Alat ukur untuk menentukan kelayakan suatu usaha berdasarkan kriteria investasi dapat dilakukan melalui pendekatan payback period (pp), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Profitability Index (PI).

3.5 Non Finansial

3.5.1 Aspek Hukum

Studi kelayakan bisnis biasanya dimulai dengan mempertimbangkan aspek hukum sebagai titik awal, meskipun beberapa orang mungkin memilih untuk memulainya dari perspektif lain. Fokus dari aspek hukum adalah untuk mengevaluasi keabsahan, kelengkapan, dan keotentikan dokumen-dokumen yang relevan. Dokumen

yang diperiksa termasuk badan hukum, izin, serta persyaratan lain yang harus dipenuhi sebelum memulai usaha tersebut. Penelitian ini sangat penting untuk dilakukan sebelum memulai operasional bisnis

3.5.2 Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran merupakan salah satu aspek yang sangat penting. Hal ini dikarenakan aspek pasar dan pemasaran yang menentukan hidup matinya suatu perusahaan.

1. Segmentasi Pemasaran

a. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda. Segmentasi pasar yang digunakan oleh bisnis konveksi PT. mandiri jaya fashion adalah segmentasi berdasarkan demografis

b. Pasar Sasaran

Menetapkan pasar adalah mengevaluasi keaktifan setiap segmen, dan memilih salah satu dari segmen pasar untuk dilayani.

c. Posisi Pasar

Menentukan posisi pasar yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. posisi produk adalah bagaimana suatu produk yang didefinisikan oleh konsumen atas dasar atributnya yang bertujuan untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan kedalam benak konsumen.

2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Adapun strategi bauran pemasaran yaitu terdiri dari 4P diantaranya:

1. *Product* (produk)

Menurut Philip Kotler produk merupakan suatu yang dapat di tawarkan untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk yang dihasilkan oleh PT. Mandiri jaya fashion adalah berupa jasa pembuatan custom seragam dengan logo ciri khas berwarna terang kuning dan biru dengan tulisan Jaya fashion seperti pada gambar 3.1 sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Logo Usaha PT. Mandiri Jaya Fashion

Sumber : Identitas Perusahaan

2. *Price* (Harga)

Harga merupakan sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapat suatu barang atau jasa. Tujuan penentuan harga secara umum adalah untuk bertahan hidup, untuk memaksimalkan laba, untuk memperbesar market share, untuk memberikan kesan produk memiliki kualitas tinggi dan karena pesaing.

3. *Place* (Tempat)

Penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana adalah hal yang sangat penting karena agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang atau jasa.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan sarana kegiatan untuk mempertahankan konsumen dan mencari konsumen baru. Tujuan dari promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang di tawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru.

Ada 2 macam sarana promosi yang digunakan PT. Mandiri jaya Fashion antara lain :

- a. Promosi penjualan (*sales promotion*)
- b. Penjualan Pribadi (*personal selling*)

3.5.3 Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknis dan teknologi dikenal dengan aspek produksi.hal yang perlu diperhatikan Dalam aspek ini adalah penentuan lokasi, luas produksi, tata letak (layout), penyusunan peralatan pabrik dan proses produksi termasuk alam pemilihan teknologi. Adapun tujuan dari aspek teknis dan teknologi adalah

1. Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat baik
2. Agar perusahaan menentukan layout yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih
3. Untuk menentukan teknologi yang tepat

4. Agar perusahaan dapat menentukan metode persediaan yang paling baik untuk dijalankan
5. Untuk menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan

3.5.4 Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Aspek manajemen sumber daya manusia dimulai dari pengadaan sampai pada penempatannya di jabatan tertentu untuk menjalankan kegiatan perusahaan. Perencanaan sumber daya manusia merupakan suatu kegiatan yang sistematis untuk meramalkan atau memperkirakan kebutuhan sumber daya manusia dalam suatu bisnis atau perusahaan. Perkiraan tentang kebutuhan tenaga kerja yang diperlukan berdasarkan rencana produksi atau jasa yang dihasilkan selanjutnya perkiraan ini di ubah kedalam jumlah orang yang dibutuhkan untuk mengerjakan/ melaksanakan aktivitas tersebut.

Analisis jabatan merupakan komponen yang paling penting untuk mencapai tujuan, organisasi perlu menetapkan jenis- jenis pekerjaan yang harus dilaksanakan. Analisis jabatan merupakan suatu proses untuk mempelajari dan mengumpulkan berbagai Informasi yang berhubungan dengan suatu jabatan yang berguna bagi perencanaan sumber daya manusia, penarikan tenaga kerja, orientasi, pelatihan dan pengembangan, penilaian pelaksanaan pekerjaan, perencanaan karier, kompensasi, keselamatan dan kesehatan pegawai, serta hubungan ketenagakerjaan.

Tempat atau wadah untuk mencapai tujuan perusahaan selanjutnya adalah organisasi yang tergambar dalam struktur organisasi. Organisasi diartikan suatu proses kerja sama antara dua orang atau lebih dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Struktur organisasi formal disusun untuk membantu pencapaian tujuan organisasi lebih efektif. Tujuan organisasi akan menentukan struktur organisasinya yaitu Dengan menentukan seluruh tugas, hubungan antar tugas, batas wewenang dan tanggung jawab untuk menjalankan masing-masing tugas.

3.5.5 Aspek Lingkungan

Dalam menjalankan usaha beberapa mempunyai dampak terhadap lingkungan, maka sebelum melakukan usaha itu perlu mengetahui dampak yang akan ditimbulkan dalam pelaksanaan usaha itu baik itu dampak positif maupun negatif yang akan berakibat pada lingkungan. Untuk mengetahuinya maka perlu dilakukan studi yang dikenal dengan istilah analisis dampak lingkungan hidup (AMDAL),

pengutamaan AMDAL secara khusus meliputi dampak lingkungan disekitarnya, baik didalam usaha atau proyek maupun diluar suatu proyek yang dijalankan.

Perlunya dilakukan studi AMDAL sebelum usaha dilakukan mengingat kegiatan-kegiatan investasi pada umumnya akan mengubah lingkungan hidup. Tujuan AMDAL adalah menduga kemungkinan terjadinya dampak dari suatu rencana usaha dan kegiatan.

3.6 Teknik Analisis data

Ada 6 aspek yang mendukung dalam teknik analisis data yaitu:

1. Aspek Keuangan

Secara keseluruhan penilaian dalam aspek keuangan meliputi hal – hal seperti:

A. *Payback Period (PP)*

Metode payback (PP) merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengemalian investasi suatu usaha dengan cara mengukur seberapa cepat suatu investasi kembali.

Terdapat dua cara model perhitungan yang dapat digunakan untuk menghitung masa pengembalian investasi,yaitu:

a. Apabila kas bersih setiap tahun sama:

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih/Tahun}} \times 1 \text{ Tahun}$$

b. Apabila kas bersih tiap tahunnya berbeda dapat dicari sebagai berikut:

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Proses Tahun Berikutnya}} \times 1 \text{ Tahun}$$

Untuk menilai apakah usaha layak diterima atau tidak dari segi PP maka hasil perhitungan tersebut harus sebagai berikut:

1. PP sekarang lebih kecil dari umur investasi. Dengan membandingkan rata-rata industri unit usaha sejenis.
2. Sesuai dengan target perusahaan.

B. *Net Present Value (NPV)*

Net Present Value (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PV kas bersih (*PV of proceed*) dan PV investasi (*capital outlays*) selama umur investasi. Selisih antara nilai kedua PV tersebutlah yang kita kenal dengan *net present value* (NPV). Rumus

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+K)^t}$$

menghitung NPV sebagai berikut:

Dimana:

NPV = aliran kas bersih tahun t

I_0 = investasi awal

pada tahun 0 K = suku

bunga (discount rate)

Kriteria penilaiannya yaitu (Suliyanto, 2010: 204):

Jika NPV positif, maka investasi diterima. Jika NPV negatif, maka investasi ditolak

C. *Intern Rate of Return (IRR)*

Intern Rate of Return (IRR) merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern. Rumusnya sebagai berikut:

Dimana:

$$0 = \sum_{t=0}^n \frac{\text{cash flow}}{(1+r)^t}$$

n : periode terakhir di mana cash flow diharapkan

r : tingkat bunga yang akan menjadikan PV dari kas bersih sama dengan present value

Kriteria penilaiannya adalah (Suliyanto, 2010: 213):

Jika $IRR \geq$ tingkat keuntungan yang dikehendaki, maka usaha dinyatakan layak. Jika $IRR <$ tingkat keuntungan yang dikehendaki, maka usaha dinyatakan tidak layak.

D. *Profitability Index (PI)*

Profitability Index (PI) atau *benefit and cost ratio (B/C Ratio)* merupakan rasio aktivitas dari jumlah nilai sekarang penerimaan bersih dengan nilai sekarang pengeluaran investasi selama umur investasi. Rumus untuk menghitung PI sebagai berikut:

$$PI = \frac{\sum PV \text{ Kas Bersih}}{\sum PV \text{ Investasi}} \times 100\%$$

Kriteria penilaiannya adalah:

Jika $PI \geq 1$, maka usaha dikatakan menguntungkan. Jika $PI < 1$, maka usaha tidak menguntungkan

2. Aspek Hukum

Untuk melakukan studi kelayakan bisnis dari aspek hukum pada konveksi Bogor PT. Mandiri Jaya Fashion beberapa yang harus dipertimbangkan antara lain:

- a. Bentuk badan usaha
- b. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- c. Nomor Induk Berusaha

3. Aspek Pasar dan Pemasaran

Analisis aspek pemasaran yang diteliti mencakup segmentasi pasar, dan bauran pemasaran. Analisis pemasaran memudahkan dalam melakukan pemasaran produk kepada para konsumen.

4. Aspek Teknis dan Teknologi

Hal – hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini adalah masalah penentuan lokasi, luas produksi, proses produksi dan tata letak (*layout*), penyusunan peralatan pabrik dan proses produksinya termasuk pemilihan teknologi kelengkapan kajian aspek operasi sangat tergantung dari jenis usaha yang akan dijalankan, karena setiap jenis usaha memiliki prioritas sendiri. hal – hal yang berkaitan dengan keuntungan perusahaan, sehingga merupakan salah satu aspek yang sangat penting diteliti kelayakannya.

5. Aspek manajemen dan sumber daya manusia

Menurut Sutrisno (2017:05) Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan terjemahan dari “*human resources*” namun adapula ahli yang menyamakan sumber daya manusia dengan “*manpower*” (tenaga kerja). Sumber daya manusia merupakan satu – satunya sumber daya yang memiliki akan perasaan, keinginan, keterampilan, pengetahuan, dorongan, daya dan karya (rasio, rasa,

dan karsa). Semua potensi SDM tersebut berpengaruh terhadap upaya organisasi mencapai tujuan. Betapapun majunya teknologi, perkembangan informasi, tersedianya modal dan memedai bahan, jika tanpa SDM sulit bagi organisasi itu untuk mencapai tujuannya. Data yang diambil tentang struktur organisasi dan job description.

6. Aspek lingkungan

Aspek ini menggunakan suatu analisa dampak pada lingkungan hidup yaitu AMDAL yang dimana perusahaan merupakan salah satu penyumbang produk yang dapat mengotori lingkungan atau tidak